

31.10.2023 r.

Rynek wewnętrzny w województwie dolnośląskim w 2022 r.



31,7%

Wzrost przychodów z działalności gastronomicznej (ceny bieżące) r/r

W 2022 r. wartość sprzedaży detalicznej w cenach bieżących w przedsiębiorstwach handlowych i nie-handlowych działających w województwie dolnośląskim wyniosła 73,8 mld zł i zwiększyła się w porównaniu z poprzednim rokiem o 13,7%. Sprzedaż hurtowa osiągnęła wartość 94,9 mld zł, tj. o 16,8% więcej niż w 2021 r. Znacznemu zwiększeniu w skali roku uległy przychody z działalności gastronomicznej – o 31,7%.

Sprzedaż detaliczna towarów obejmuje sprzedaż towarów własnych i komisowych (nowych i używanych) w punktach sprzedaży detalicznej, placówkach gastronomicznych oraz innych punktach sprzedaży (np. składy, magazyny) w ilościach wskazujących na zakup dla potrzeb indywidualnych nabywców.

Sprzedaż detaliczna towarów (w cenach bieżących, łącznie z podatkiem VAT) zrealizowana przez dolnośląskie przedsiębiorstwa handlowe (tj. prowadzące działalność gospodarczą zaklasyfikowaną według PKD do sekcji G handel; naprawa pojazdów samochodowych) i niehandlowe (realizujące sprzedaż towarów poprzez sieć punktów sprzedaży detalicznej) w 2022 r. wyniosła 73,8 mld zł, czyli o 8,9 mld zł wyższa niż w 2021 r. (tj. o 13,7% wyższa). Przeciętnie w kraju w 2022 r. odnotowano wzrost o 18,5%. W skali roku we wszystkich województwach wystąpiło zwiększenie wartości sprzedaży detalicznej, w tym największy w województwie lubelskim (o 36,9%), a najmniejszy w warmińsko-mazurskim (o 6,0%).

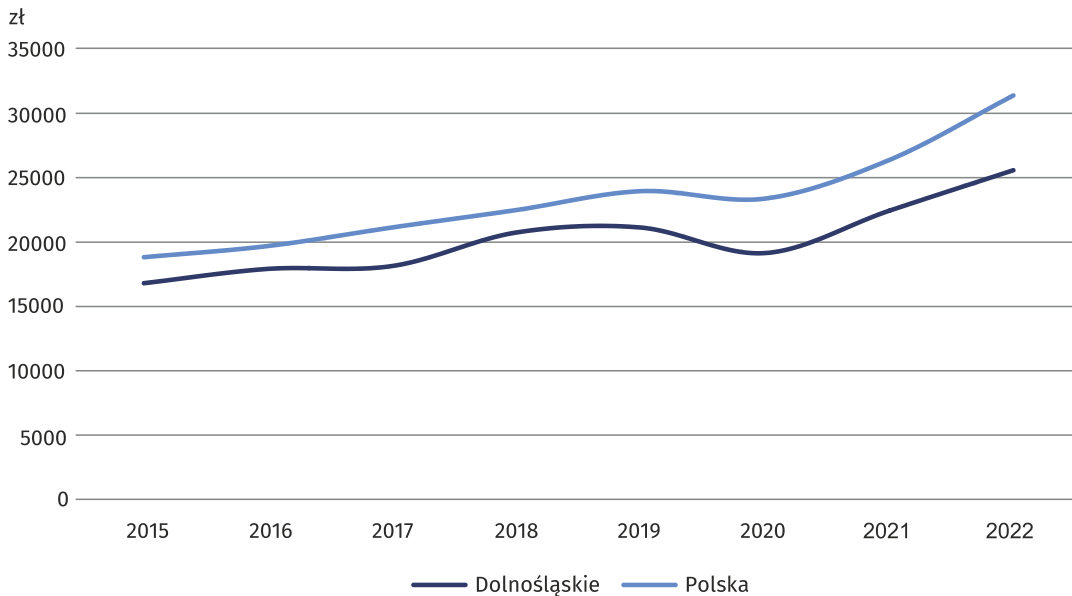
W 2022 r. wartość sprzedaży detalicznej dolnośląskich przedsiębiorstw stanowiła 6,2% ogólnej jej wartości w kraju, co dawało, podobnie, jak w latach wcześniejszych, 5. miejsce wśród województw (po województwach: mazowieckim, wielkopolskim, małopolskim i śląskim). Łącznie sprzedaż detaliczna towarów zrealizowana przez przedsiębiorstwa z tych pięciu województw stanowiła 69,9% ogólnej jej wartości w kraju, w tym największy udział miało województwo mazowieckie – 27,4%. W przekroju województw nadal występowało bardzo duże zróżnicowanie pod względem wartości sprzedaży detalicznej – od 12,9 mld zł w opolskim (tj. ponad 5,5-krotnie mniej niż w województwie dolnośląskim) do 325,0 mld zł w mazowieckim (tj. prawie 4,5-krotnie więcej niż w województwie dolnośląskim).

W przeliczeniu na 1 mieszkańca wartość sprzedaży detalicznej towarów kształtowała się w województwie dolnośląskim w 2022 r. na poziomie 25533 zł (5. miejsce wśród województw, po województwach wielkopolskim i mazowieckim, małopolskim i pomorskim), poniżej przeciętnej wielkości w kraju wynoszącej 31340 zł. Najwyższa wartość tego wskaźnika wystąpiła w województwie wielkopolskim – 71432 zł (ponad 2,5-krotnie więcej niż w dolnośląskim), a najniższa w warmińsko-mazurskim – 13390 zł (prawie połowę wielkości w dolnośląskim). Odnotowana na Dolnym Śląsku w 2022 r. wartość sprzedaży detalicznej towarów na 1 mieszkańca była o 3149 zł większa niż w 2021 r. (tj. o 14,1% większa) oraz o 6437 zł większa niż w 2020 r. (o 33,7% większa).

W 2022 r. odnotowano wzrost wartości sprzedaży detalicznej towarów o 3,7% (wobec spadku o 8,1% w 2020 r. oraz wzrostu o 16,6% w 2021 r.) i był to mniejszy wzrost wartości sprzedaży niż przeciętnie w kraju

Pod względem wartości sprzedaży detalicznej towarów przeliczeniu na 1 mieszkańca województwo dolnośląskie zajmowało 5. miejsce w kraju (wobec 3. miejsca w 2021 r.)

Wykres 1 . Sprzedaż detaliczna towarów na 1 mieszkańca (ceny bieżące)



Wartość sprzedaży detalicznej zrealizowanej przez przedsiębiorstwa prowadzące działalność handlową (bez placówek gastronomicznych), w których liczba pracujących przekraczała 9 osób, wyniosła 49,2 mld zł (wzrost w skali roku o 23,8%), z tego wartość sprzedaży żywności i napojów bezalkoholowych – 16,6 mld zł (wzrost o 37,7%), napojów alkoholowych – 2,3 mld zł (wzrost o 24,2%) i towarów nieżywnościowych – 30,3 mld zł (wzrost o 17,3%).

Największy udział w wartości sprzedaży detalicznej, podobnie jak ogółem w kraju, miała grupa towarów nieżywnościowych – 61,7%. Przeciętnie w kraju udział ten wynosił 67,5%, przy najmniejszej wielkości w województwie wielkopolskim (34,4%) i największej w pomorskim (91,1%). Sprzedaż towarów nieżywnościowych obejmuje zaspokajanie potrzeb bytowych ludności związanych z: ubiorem; wyposażeniem mieszkania; higieną osobistą i ochroną zdrowia; kulturą, oświatą, wypoczynkiem; transportem. Ponadto obejmuje towary służące do zaspokajania potrzeb gospodarstw domowych, głównie w sferze produkcji rolniczej i budowlanej.

Grupa żywność i napoje bezalkoholowe stanowiła 33,8% ogółu wartości sprzedaży detalicznej (przeciętnie w kraju 28,5%), przy najmniejszej wielkości w województwie pomorskim (7,6%) i największej w wielkopolskim (57,8%).

Tablica 1. Sprzedaż detaliczna^a (ceny bieżące) według grup towarów w 2022 r.

WYSZCZEGÓLNIENIE	Wartość w mln zł	2021=100	W odsetkach
OGÓŁEM	49170,0	123,8	100,0
Żywność i napoje bezalkoholowe	16599,2	137,7	33,8
Napoje alkoholowe	2254,4	124,2	4,6
Towary nieżywnościowe	30316,4	117,3	61,7
w tym:			
wyroby tytoniowe	1194,1	139,8	2,4

a Przedsiębiorstwa prowadzące działalność handlową (bez placówek gastronomicznych), w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

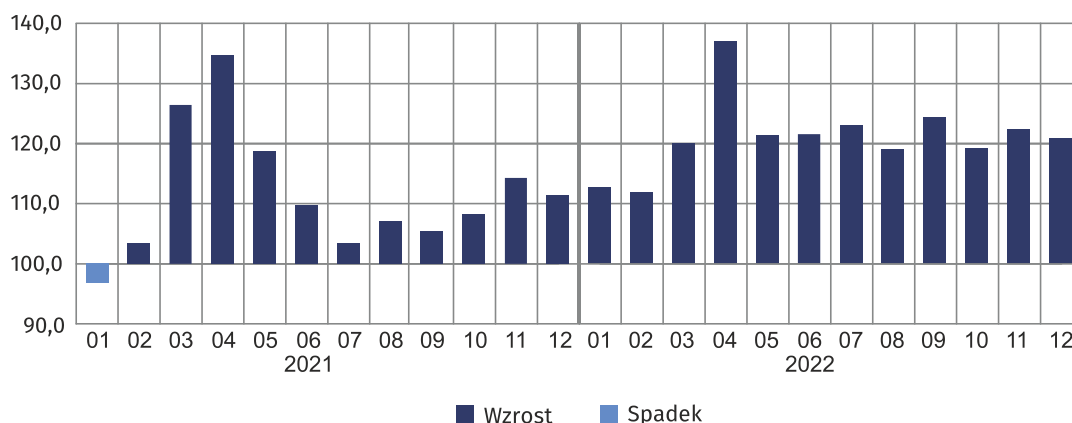
W przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 9 osób porównaniu do 2021 r. w największym stopniu zwiększeniu uległa wartość sprzedaży detalicznej żywności i napojów bezalkoholowych, a w najmniejszym - towarów nieżywnościowych oraz napojów alkoholowych

W każdym miesiącu w 2022 r. sprzedaż detaliczna w cenach bieżących była wyższa w porównaniu do analogicznego miesiąca w 2021 r. Największy wzrost w porównaniu do sytuacji sprzed roku odnotowano w kwietniu (o 37,2%). Również w 2021 r. w kwietniu wystąpił największy wzrost sprzedaży detalicznej (o 34,9%), podczas gdy w 2020 r. w miesiącu tym miał miejsce największy spadek sprzedaży detalicznej (o 31,3%).

Najmniejszym wzrostem wartości sprzedaży w porównaniu do analogicznego miesiąca 2021 r. wyróżniały się luty i styczeń (wzrost odpowiednio o 12,0% i 12,9%).

Wykres 2 . Dynamika sprzedaży detalicznej towarów według miesięcy (ceny bieżące)

Analogiczny miesiąc roku
poprzedniego=100



Sprzedaż hurtowa jest to działalność polegająca na odsprzedaży zakupionych towarów we własnym imieniu, zwykle nieostatecznym odbiorcom (innym hurtownikom, detalistom, producentom). Obejmuje sprzedaż towarów z magazynów handlowych, własnych bądź użytkowanych, w których składowane towary stanowią własność przedsiębiorstwa handlowego.

Na Dolnym Śląsku w 2022 r. wartość sprzedaży hurtowej (łącznie z podatkiem VAT) w przedsiębiorstwach handlowych, w których liczba pracujących przekraczała 9 osób, wynosiła 94,9 mld zł, tj. o 13,7 mld zł więcej niż w 2021 r. (wzrost o 16,8%). W Polsce wartość sprzedaży hurtowej w przedsiębiorstwach handlowych o liczbie pracujących powyżej 9 osób była o 35,9% wyższa niż przed rokiem.

Udział sprzedaży hurtowej odnotowanej w dolnośląskich przedsiębiorstwach stanowił 5,8% ogólnej wartości sprzedaży w przedsiębiorstwach handlowych w Polsce (wobec 5,8% w 2021 r.), co dawało, podobnie jak w latach wcześniejszych, 6. miejsce wśród województw. Największy udział w ogólnej wartości sprzedaży hurtowej w kraju niezmiennie miały przedsiębiorstwa z województwa mazowieckiego (33,6%), a najmniejszy – przedsiębiorstwa z województwa lubuskiego (0,7%).

W strukturze według grup towarów na Dolnym Śląsku dominowała sprzedaż hurtowa towarów nieżywnościowych (konsumpcyjnych i niekonsumpcyjnych) – o łącznej wartości 91,3 mld zł, co stanowiło 96,3% ogólnej wartości sprzedaży (2. miejsce wśród województw). W skali całego kraju grupa tych towarów stanowiła 86,7% ogólnej wartości sprzedaży hurtowej, przy najmniejszym odsetku w województwie wielkopolskim (72,0%) i największym w województwie opolskim (97,4%).

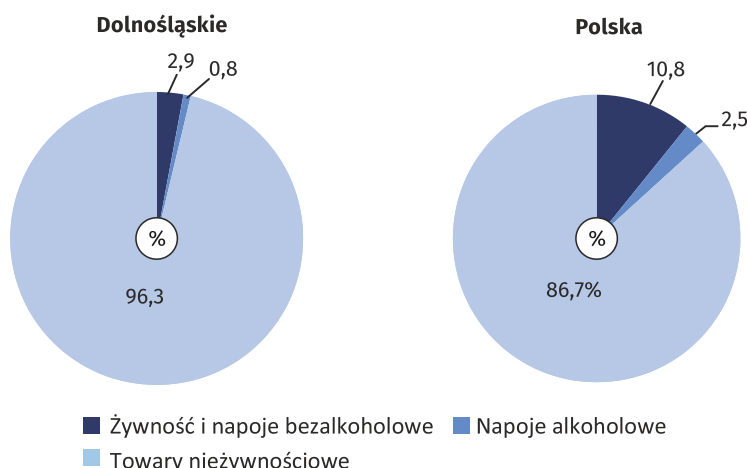
Wartość sprzedaży hurtowej żywności i napojów bezalkoholowych zrealizowanej przez dolnośląskie przedsiębiorstwa kształtowała się na poziomie 2,8 mld zł, co stanowiło 2,9% ogólnej wartości sprzedaży, a wartość sprzedaży napojów alkoholowych na poziomie 0,8 mld zł (0,8%).

Spośród prezentowanych grup towarów pod względem dynamiki wartości sprzedaży hurtowej w skali roku wyróżniała się grupa towarów nieżywnościowych – wzrost o 17,5% (wobec wzrostu o 36,7% w kraju). W przypadku tej grupy towarów w każdym z województw odnotowano wzrost wartości sprzedaży hurtowej – najmniejszy w województwie opolskim (o 5,2%) oraz największy w małopolskim (o 91,5%).

Wartość sprzedaży hurtowej uległa zwiększeniu w skali roku w większym stopniu niż wartość sprzedaży detalicznej (wzrost odpowiednio o 16,8% i 13,7%)

Województwo dolnośląskie wyróżniało się jednym z najwyższych udziałów sprzedaży hurtowej towarów nieżywnościowych oraz jednym z najniższych udziałów sprzedaży hurtowej żywności i napojów bezalkoholowych, realizowanej przez przedsiębiorstwa o liczbie pracujących powyżej 9 osób (odpowiednio 2. miejsce i 15. miejsce wśród województw)

Wykres 3. Struktura sprzedaży hurtowej^a w 2022 r. (ceny bieżące)



a Przedsiębiorstwa prowadzące działalność handlową (bez placówek gastronomicznych), w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

Wartość sprzedaży hurtowej żywności i napojów bezalkoholowych zrealizowanej przez dolnośląskie przedsiębiorstwa wynosiła 2,8 mld zł, co stanowiło 2,9% ogólnej wartości sprzedaży, a wartość sprzedaży napojów alkoholowych na poziomie 0,8 mld zł (0,8%).

Spośród prezentowanych grup towarów pod względem dynamiki wartości sprzedaży hurtowej w skali roku wyróżniała się grupa towarów nieżywnościowych – wzrost o 17,5% (wobec wzrostu o 36,7% w kraju). W przypadku tej grupy towarów w każdym z województw odnotowano wzrost wartości sprzedaży hurtowej – najmniejszy w województwie opolskim (o 5,2%) oraz największy w małopolskim (o 91,5%).

W przypadku sprzedaży hurtowej żywności i napojów bezalkoholowych dolnośląskie przedsiębiorstwa odnotowały w porównaniu do 2021 r. wzrost wartości sprzedaży o 6,3% (wobec 34,4% przeciętnie w kraju). Natomiast odmiennie niż ogółem w kraju i w wielu innych województwach, w województwie dolnośląskim w porównaniu do 2021 r. zmniejszeniu uległa wartość sprzedaży hurtowej napojów alkoholowych – spadek o 10,6% (wobec wzrostu w kraju – o 16,4%).

Sklepy i stacje paliw

Na terenie województwa dolnośląskiego w końcu 2022 r. działało 24,3 tys. sklepów (łącznie ze sklepami podmiotów gospodarczych o liczbie pracujących do 9 osób, wraz z aptekami ogólnodostępnymi) oraz 503 stacje paliw, tj. punkty sprzedaży detalicznej: benzyny, oleju napędowego, gazu LPG, itp. Liczba sklepów zlokalizowanych na terenie województwa dolnośląskiego stanowiła 7,4% ogółu sklepów w kraju – 5. miejsce wśród województw, po województwach: mazowieckim, śląskim, wielkopolskim i małopolskim. Łącznie w tych pięciu wymienionych województwach działała ponad połowa ogółu sklepów w kraju.

W 2022 r. na jeden sklep w województwie dolnośląskim przypadło średnio 119 mieszkańców, podczas gdy w 2021 r. było to 111 mieszkańców. Przeciętnie w kraju wskaźnik ten kształtował się na poziomie 116 osób (w 2021 r. – 115 osób), przy największej wielkości w województwie opolskim (151 osób) i najmniejszej w zachodniopomorskim (104 osoby)¹.

Podobnie jak w całym kraju oraz w większości województw, liczba sklepów na Dolnym Śląsku uległa w skali roku zmniejszeniu. Odnotowana na koniec 2022 r. liczba sklepów była mniejsza o 6,3% (o 1,7 tys. sklepów mniej) niż przed rokiem, podczas gdy liczba stacji paliw była większa o 2,7% (o 13 stacji więcej). W całym kraju liczba sklepów zmniejszyła się 1,6%, a liczba stacji paliw nieznacznie zwiększyła – o 0,4%.

Liczba sklepów uległa w skali roku zmniejszeniu (o 6,3%), a liczba stacji paliw niewielkiemu zwiększeniu (o 0,4%).

¹ Wskaźnik, odnoszący się do liczby ludności, dla 2021 r. i 2022 r. został przeliczony zgodnie z bilansem przygotowanym w oparciu o wyniki NSP 2021.

W strukturze sklepów według form organizacyjnych dominowały sklepy wyspecjalizowane (prowadzące sprzedaż szerokiego asortymentu artykułów do kompleksowego zaspokajania określonych potrzeb, np. ubioru, wyposażenia mieszkań, itp.) – 2798 sklepów oraz następnie supermarkety (sklepy o powierzchni sprzedażowej od 400 m² do 2499 m², prowadzące sprzedaż głównie w systemie samoobsługowym) – 819 sklepów. W 2022 r. w porównaniu z rokiem poprzednim liczba supermarketów oraz sklepów wyspecjalizowanych uległa zwiększeniu (odpowiednio o 6,2% oraz o 2,2%).

Tablica 2. **Sklepy i stacje paliw**
Stan w dniu 31 grudnia

WYSZCZEGÓLNIENIE	2021	2022
Sklepy ^a	25996	24267
domy towarowe	6	5
domy handlowe	10	7
supermarkety	771	819
hipermarkety	44	46
sklepy powszechne	292	292
sklepy wyspecjalizowane	2738	2798
pozostałe sklepy	22135	20300
Stacje paliw	490	503

a Ujęto sklepy podmiotów gospodarczych o liczbie pracujących do 9 osób; łącznie z aptekami ogólnodostępnymi.

Rozpatrując strukturę specjalizacji branżowej sklepów i punktów sprzedaży paliw (o liczbie pracujących powyżej 49 osób) nadal w województwie dolnośląskim największym udziałem wyróżniała się grupa pozostałe sklepy (tj. obejmująca sprzedaż towarów, które nie zostały ujęte w badanych grupach branżowych, np. komputerów, telefonów, artykułów optycznych) – 1808 sklepów, stanowiących 31,4% ogółu jednostek (29,9% w całym kraju). W dalszej kolejności w strukturze specjalizacji branżowej znaczące udziały miały branże: ogólnospożywcza (obejmująca sprzedaż różnego rodzaju towarów, np. żywność, napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe) – 23,2%, odzieżowa – 11,9%, piekarniczo-ciastkarska – 4,6%.

W porównaniu do 2021 r. liczba jednostek zaliczanych do grupy pozostałe sklepy oraz do branży odzieżowej nie uległa większym zmianom, podczas gdy dalszemu zmniejszeniu uległa liczba jednostek z branży piekarniczo-ciastkarskiej (o 40,6%; w całym kraju zmniejszenie o 3,4%). Natomiast znaczący wzrost liczby jednostek wystąpił w branży księgarskiej i artykuły piśmienne (o 15,4%, wobec wzrostu w całym kraju o 1,8%) oraz w branży kosmetyczno-toaletowej (o 7,6%; w całym kraju wzrost o 2,4%).

Łączna powierzchnia sprzedażowa sklepów (o liczbie pracujących powyżej 49 osób) wynosiła 2087,9 tys. m² i była większa o 75,1 tys. m² niż w 2021 r. (tj. o 3,7% większa, w całym kraju również o 3,7% większa). W porównaniu z poprzednim rokiem odnotowano zmniejszenie łącznej powierzchni sprzedażowej domów handlowych, tj. wielodziałowych sklepów o powierzchni sal sprzedażowych 2000 m² i więcej (o 16,0%) oraz domów towarowych, tj. wielodziałowych sklepów o powierzchni sal sprzedażowych od 600 m² do 1999 m² (o 6,7%). Przybyło natomiast powierzchni sprzedażowej w sklepach wyspecjalizowanych i w hipermarketach (odpowiednio o 5,4% i 5,0%).

W strukturze specjalizacji branżowej sklepów i punktów sprzedaży paliw (o liczbie pracujących powyżej 49 osób) nadal największym udziałem wyróżniała się grupa pozostałe sklepy oraz grupa branży ogólnospożywczej

Targowiska

W 2022 r. w krajowej ewidencji prowadzonej przez gminne jednostki samorządowe zarejestrowanych było w Polsce 2146 stałych targowisk, a na terenie województwa dolnośląskiego 141 targowisk (135 targowisk w 2020 r. i w 2021 r.), w tym z przewagą sprzedaży drobnodetalicznej 130 targowisk (132 w 2020 r. i 133 w 2021 r.). Najwięcej stałych targowisk znajdowało się w województwie mazowieckim (305), a najmniej w województwie opolskim (51). Województwo dolnośląskie pod względem liczby targowisk zajmowało nadal 7. miejsce w kraju.

Ogólna powierzchnia dolnośląskich targowisk wynosiła 794,7 tys. m² (wobec nieznacznie mniejszej wielkości 780,5 tys. m² w 2021 r.). Powierzchnia sprzedażowa targowisk stanowiła 44,7% ogólnej ich powierzchni (wobec 58,5% przeciętnie w kraju).

W 2022 r. na targowiskach działało 5941 stałych punktów sprzedaży drobnodetalicznej (o 20 więcej niż w 2021 r.), spośród których czynne codziennie stanowiły 54,5% (51,6% przeciętnie w kraju). W przekroju województw odsetek stałych punktów sprzedaży drobnodetalicznej czynnych codziennie był bardzo zróżnicowany, od 19,4% w województwie świętokrzyskim do 84,7% w podlaskim.

Uzupełnieniem stałej sieci targowiskowej były targowiska sezonowe (tj. targowiska lub miejsca wyznaczone na ulicach i placach uruchamiane okresowo), których liczba w 2022 r. zwiększyła się o 663 targowiska do wielkości 1503 obiektów. Zlokalizowane w województwie dolnośląskim targowiska sezonowe stanowiły 19,9% ogółu targowisk sezonowych w Polsce.

Roczne wpływy z opłaty targowiskowej (na targowiskach stałych i sezonowych) wyniosły 8173,8 tys. zł, tj. więcej niż w 2021 r. o 11,8% (wobec niewielkiego spadku o 0,9% w 2021 r. w porównaniu do 2020 r.). Dane te obejmują również rekompensaty ze środków Funduszu Przeciwdziałania Covid-19 za wpływy utracone z tytułu niepobierania opłaty targowej.

Placówki gastronomiczne

W 2022 r. działało w województwie dolnośląskim 1855 placówek gastronomicznych (stałych i sezonowych). Najwięcej obiektów funkcjonowało jako bary (955), a następnie jako restauracje (475). Bary stanowiły 51,5% ogółu placówek gastronomicznych w województwie, a restauracje – 25,6%, natomiast przeciętnie w kraju udział barów był zdecydowanie mniejszy – 27,7% ogółu placówek (restauracje stanowiły 25,6%).

Odnotowana ogólna liczba placówek gastronomicznych, odmiennie niż w 2021 r., uległa w skali roku niewielkiemu zmniejszeniu – o 1,0% (w 2021 r. w porównaniu do 2020 r. zwiększeniu o 8,7%). W województwie dolnośląskim ubyło w skali roku 27 punktów gastronomicznych oraz 7 stołówek, a przybyło 10 barów i 5 restauracji.

Tablica 3. **Działalność gastronomiczna** ^a

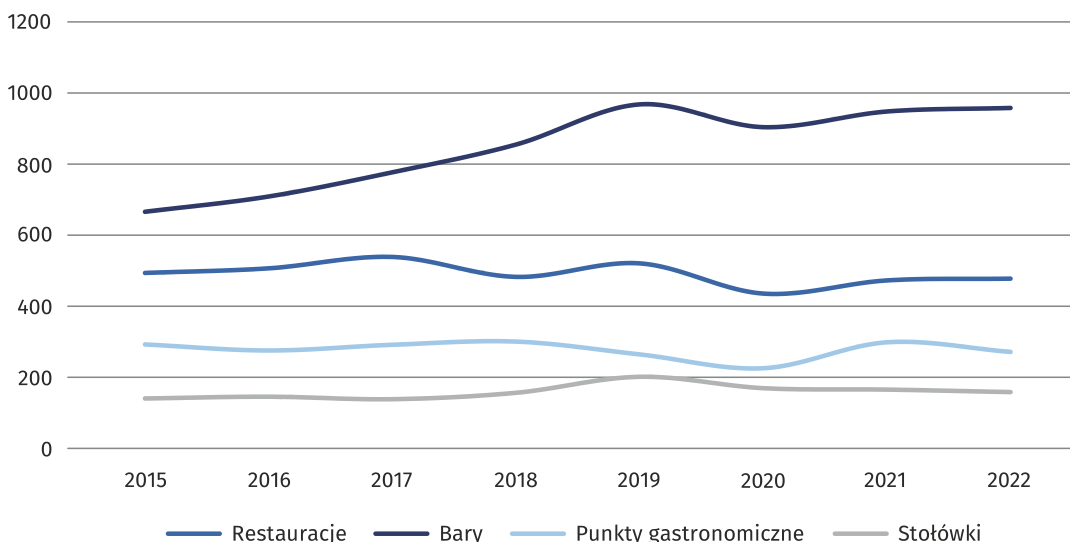
WYSZCZEGÓLNIENIE	2021	2022
Restauracje	470	475
Bary	945	955
Stołówki	163	156
Punkty gastronomiczne	296	269

a Dane dotyczą przedsiębiorstw o liczbie pracujących powyżej 9 osób, Do placówek gastronomicznych nie zaliczono tzw. punktów sprzedaży ruchomej i automatów sprzedażowych.

W województwie dolnośląskim znajdowała się największa liczba targowisk sezonowych

Pod względem liczby placówek gastronomicznych województwo dolnośląskie nadal zajmowało 3. miejsce w kraju (po województwach mazowieckim i małopolskim), w tym 2. miejsce (po województwie mazowieckim) pod względem liczby barów

Wykres 4. Liczba placówek gastronomicznych



Przychody ogółem z działalności gastronomicznej w cenach bieżących (łącznie z podatkiem VAT), w przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 9 osób, osiągnęły w województwie dolnośląskim w 2022 r. poziom 6166,5 mln zł, co stanowiło 15,8% ogólnej wartości sprzedaży w kraju (2. miejsce, po województwie mazowieckim). Największy udział w wartości przychodów miała produkcja gastronomiczna, tj. produkcja wyrobów kulinarnych, ciastkarskich i innych wytworzonych we własnym zakresie. Przychody z produkcji gastronomicznej wyniosły 5826,8 mln zł, stanowiąc 94,5% ogółu przychodów z działalności gastronomicznej w województwie, podczas gdy przychody ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych 204,5 mln zł, stanowiąc 3,3% (przeciętnie w kraju udziały te kształtowały się odpowiednio - 88,6% w przypadku produkcji gastronomicznej i 6,4% sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych).

Podobnie jak w całym kraju, w porównaniu do 2021 r. wartość sprzedaży z działalności gastronomicznej uległa znacznemu zmniejszeniu – o 31,7% (o 41,7% przeciętnie w kraju).

W przekroju wojewódzkim największy w ujęciu procentowym wzrost przychodów z działalności gastronomicznej wystąpił w województwie opolskim (o 74,8%), a najmniejszy – w województwie świętokrzyskim (o 19,6%).

W przypadku cytowania danych Głównego Urzędu Statystycznego prosimy o zamieszczenie informacji: „Źródło: dane GUS”, a w przypadku publikowania obliczeń dokonanych na danych opublikowanych przez Urząd Statystyczny we Wrocławiu prosimy o zamieszczenie informacji: „Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS”.

Opracowanie merytoryczne:
Urząd Statystyczny we Wrocławiu
p.o. Dyrektora Halina Woźniak
tel: 71 371 64 00

Rozpowszechnianie:
Informatorium Statystyczne
tel: 71 371 63 62, 71 371 64 55

Dolnośląski Ośrodek Badań Regionalnych
tel. 71 371 63 71
e-mail: A.Ilczuk@stat.gov.pl

 wroclaw.stat.gov.pl
 [@WROCLAW_STAT](https://twitter.com/WROCLAW_STAT)
 [@USWroclaw](https://www.facebook.com/USWroclaw)

Powiązane opracowania

[Rynek wewnętrzny w województwie dolnośląskim w 2021 r.](#)

[Komunikat o sytuacji społeczno-gospodarczej województwa dolnośląskiego](#)

[Biuletyn statystyczny województwa dolnośląskiego](#)

Temat dostępny w bazach danych

[Bank Danych Lokalnych → Handel i Gastronomia](#)

Ważniejsze pojęcia dostępne w słowniku

[Sprzedaż detaliczna](#)

[Sprzedaż hurtowa](#)

[Placówka gastronomiczna](#)

[Sklep](#)

[Targowisko](#)